



**Jeux de Génie
EngGames 2027**
Libère ton génie | Unleash your genius

CAHIER ENTREPRENEURIAT

DU 3 AU 7 JANVIER 2027 | UNIVERSITÉ LAVAL
36ÈME ÉDITION DES JEUX DE GÉNIE



TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

- 3 Message de l'équipe entrepreneuriale
- 4 Thématique 2027
- 5 Exemples

LIVRABLES

- 7 Livrable 1 - Recherche de problématique
- 9 Livrable 2 - Proposition de valeur et BMC préliminaire
- 14 Livrable 3 - Modèle d'affaires révisé
- 17 Livrable 4 - Plan d'affaires
- 23 Livrable 5 - Prototype
- 25 Livrable 6 - Autres livrables

PRÉSENTATIONS

- 26 Présentation préliminaire
- 28 Présentation finale
- 29 Recommandations pitch

GRILLE DES REMISES ET PONDÉRATIONS QUESTIONS ET COMITÉ ORGANISATEUR

ANNEXES

- 32 Annexe A - Gabarits
- 35 Annexe B - Grilles de correction
- 42 Annexe C - Spécifications et réglementations



LES JEUX DE GÉNIE

Depuis plus de 30 ans, les Jeux de génie sont la plus grande compétition d'ingénierie au Québec et le rassemblement étudiant le plus important de la province. Les participants, qui proviennent de 14 universités du Québec, de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick, testent leurs compétences générales et d'ingénieries techniques à travers plusieurs défis variés. Cette année, l'Université Laval a le plaisir d'accueillir la 36e édition de l'événement, qui se déroulera du 3 au 7 janvier 2027.

LA COMPÉTITION ENTREPRENEURIALE

Cette année marque la 8e édition de la compétition entrepreneuriale des Jeux de génie du Québec. Ce défi stimulant invite les participants à sortir du cadre technique pour plonger dans le monde des affaires. Chaque équipe devra faire preuve d'audace, de créativité et devra se surpasser afin de trouver des solutions concrètes aux grands enjeux actuels.

Les futurs ingénieurs et ingénieures auront pour mission de bâtir un modèle d'affaires solide et de créer le prototype d'une solution viable, capable de transformer les industries québécoises. Chaque équipe présentera ensuite son projet devant un jury d'experts lors des Jeux de génie en janvier 2027.

Êtes-vous prêts à saisir cette opportunité unique de lier ingénierie et entrepreneuriat pour créer des solutions d'avenir et libérer votre génie ?

L'équipe entrepreneuriale



Contactez-nous au entrepreneuriat@jeuxdegenie.qc.ca

LE THÈME

L'INGÉNIERIE PRÉVENTIVE

Plutôt que de réparer, l'ingénierie préventive agit à la source pour anticiper les défis de demain. Ce thème invite à concevoir des solutions capables d'identifier, de prédire et de réduire les risques techniques, humains ou systémiques. Qu'il s'agisse d'infrastructures, de services ou d'opérations complexes, le défi vise à maximiser la fiabilité et la sécurité en amont.

L'objectif ? Créer un impact durable là où l'ingénierie est la plus efficace.



Image générée par Google Gemini.

LES CONTRAINTES

CONTRAINTE D'AUTONOMIE

La solution doit respecter le principe de « Human out of the loop », c'est-à-dire, doit minimiser toute interaction humaine directe pour que le système opère et maximise l'autonomie.

CONTRAINTE DE TANGIBILITÉ

La solution ne peut pas être uniquement numérique ou logicielle. Elle peut utiliser l'informatique ou l'intelligence artificielle, mais doit impérativement interagir avec un prototype ou un système physique, pour encourager l'innovation tangible.

CONTRAINTE D'ÉCOCONCEPTION

Afin d'encourager des choix de conceptions responsables, le développement de la solution doit considérer son impact environnemental dès sa création pour réduire ses impacts écologiques tout au long de son cycle de vie. Les détails concernant cette contrainte vous seront précisés au livrable 4.

EXEMPLES

Les exemples permettent de se situer dans l'étendue des possibilités d'innovation. Ils servent de point de départ pour guider votre réflexion, sans vous restreindre.

KONOS

KONOS Technologies illustre parfaitement l'application de l'ingénierie préventive pour la sécurité des travailleurs industriels. L'entreprise a développé un système innovant qui s'intègre aux camions existants pour automatiser entièrement la pose et le retrait des cônes de signalisation. En éliminant les interventions manuelles à haut risque, cette technologie réduit drastiquement les accidents de travail, optimise l'allocation des ressources humaines et augmente l'efficacité des opérations sur le terrain.



© KONOS Technologies



© Isentia

ICENTIA

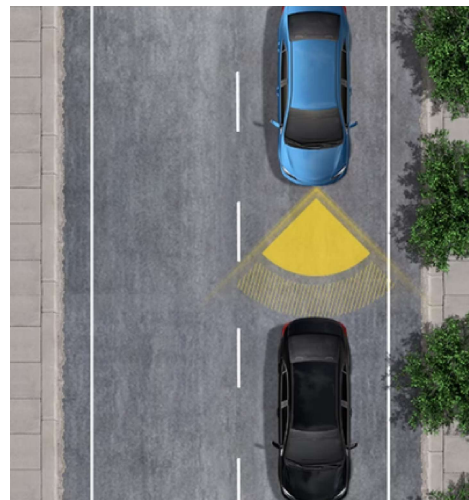
Du côté grand public, Icentia se distingue par la création d'appareils de monitoring et d'analyse médicale. L'entreprise permet aux institutions de santé de maximiser leur efficacité en prévenant les troubles cardiaques avant qu'ils ne surviennent. C'est l'exemple idéal d'une solution alliant un prototype physique (capteur biométrique) à une plateforme informatique (serveur d'analyse de données), démontrant tout le potentiel de la technologie au service de la prévention.

EXEMPLES

Les exemples permettent de se situer dans l'étendue des possibilités d'innovation. Ils servent de point de départ pour guider votre réflexion, sans vous restreindre.

TOYOTA

À plus grande échelle, les ingénieurs de Toyota repoussent constamment les limites de la prévention en sécurité routière. Le constructeur utilise notamment la télématique avancée et des réseaux de capteurs embarqués (radars et caméras) pour analyser en temps réel la trajectoire des véhicules et l'état de vigilance du conducteur. En automatisant le freinage d'urgence de façon 100 % mécanique et électronique, leurs systèmes éliminent l'erreur humaine pour éviter les accidents.



© TOYOTA CANADA



© MICHELIN

MICHELIN

Michelin illustre parfaitement la transition vers la maintenance préventive et prédictive grâce à l'usine intelligente (Industrie 4.0). En installant des capteurs d'analyse sur les moteurs et presses de ses lignes de fabrication de pneus, l'entreprise détecte les micro-anomalies bien avant qu'une pièce ne casse. Cette approche permet de planifier les réparations au moment optimal, réduisant ainsi les arrêts de production imprévus, prolongeant la durée de vie des équipements et garantissant un environnement de travail plus sécuritaire pour les opérateurs.

LIVRABLE 1

1

2

3

4

5

6

RECHERCHE D'UNE PROBLÉMATIQUE

Le premier livrable est à remettre le **19 septembre à 23H59**. La première étape de la compétition consiste à identifier la problématique de votre projet. Il est recommandé de mener une séance de remue-méninges en équipe afin de générer des idées. Le premier livrable sera le résultat de ce processus, sous la forme d'un tableau (voir Annexe A : Livrables). Ce tableau mettra en évidence tous les éléments nécessaires à la bonne structuration et à la définition de votre projet entrepreneurial.

L'objectif de ce livrable est de développer de manière structurée une compréhension approfondie de la problématique que vous souhaitez résoudre et de cartographier l'écosystème qui l'entoure. Vous devrez **remplir deux à trois fois** le tableau du livrable basé sur des problématiques qui présentent le plus de potentiel selon vous.

Le livrable doit contenir une ou des pages de bibliographie (min. 10 références) et doit couvrir les points suivants :

- **La problématique** : Décrivez la problématique en une phrase de manière claire et concise afin qu'une personne externe au projet puisse la comprendre. Ensuite, inclure 1 à 3 causes de votre problématique avec 1 ou 2 effet/conséquence pour chacune de vos causes.
- **La proposition de valeur** : Rédigez votre proposition de valeur en énonçant clairement quel problème précis vous résolvez, pour qui, et en quoi votre solution se distingue des alternatives existantes. Formulez-la du point de vue du bénéfice concret pour le client plutôt que de votre technologie, idéalement en une phrase percutante et quantifiée, compréhensible par un jury non spécialiste. Assurez-vous qu'elle démontre à la fois la réalité du besoin sur le marché et le caractère différenciant et défendable de votre avantage.
- **Les parties prenantes** : Identifiez et décrivez clairement l'ensemble des parties prenantes de votre projet, soit tous les acteurs qui influencent votre solution ou qui sont touchés par elle : clients, utilisateurs, partenaires, fournisseurs, réglementation, etc. Pour chacune, précisez son rôle, ses intérêts et attentes. Distinguez bien les utilisateurs de vos clients payants lorsque ce n'est pas la même personne, et montrez que vous comprenez ce que chaque partie prenante attend de vous et ce que vous attendez d'elle.

- **Les solutions existantes** : Expliquez brièvement quelles sont les solutions existantes sur le marché actuel et soulignez leurs avantages ainsi que leurs lacunes par rapport aux besoins des personnes impactées.
- **Les solutions potentielles** : Proposez plusieurs nouvelles solutions potentielles de manière préliminaire. Y a-t-il plusieurs options? Comment se différencient-elles les unes par rapport aux autres? Démontrez que vous avez exploré plusieurs pistes de solutions variées et qu'elles semblent ou sont possible de résoudre cette problématique. Expliquez les ressources qui vous seront nécessaires pour améliorer vos connaissances sur le sujet et commencer le prototypage.
- **Les obstacles** : Identifiez les obstacles actuels qui expliquent le manque de progrès ou les barrières qui empêchent des avancées dans la résolution de cette problématique. Expliquez comment ces obstacles pourraient complexifier votre tâche et votre plan pour les surpasser. Vous devez démontrer une compréhension approfondie du problème et mettre en évidence les menaces que les solutions futures pourraient rencontrer.
- **L'opportunité** : Analysez l'opportunité économique que représente cette problématique. Montrez qu'il existe un marché pour la résolution de cette problématique et la taille de celui-ci. Cette section peut être appuyée par des statistiques sur le marché économique et la démographie de cette partie du marché.

Un gabarit du tableau vous sera fourni pour faciliter la complétion du premier livrable.

La grille de correction est disponible en Annexe B : Critères de correction et grilles d'évaluation. Elle contient les critères de correction pour vous guider dans l'évaluation du livrable.

À NOTER POUR LA CORRECTION

La correction vous sera remise sur vos channels Teams respectifs.

La problématique jugée la plus prometteuse fera l'objet d'une correction détaillée.

Si vous souhaitez qu'une autre problématique soit analysée plus en profondeur, merci de nous en informer.

LIVRABLE 2

1

2

3

4

5

6

PROPOSITION DE VALEUR ET BMC PRÉLIMINAIRE

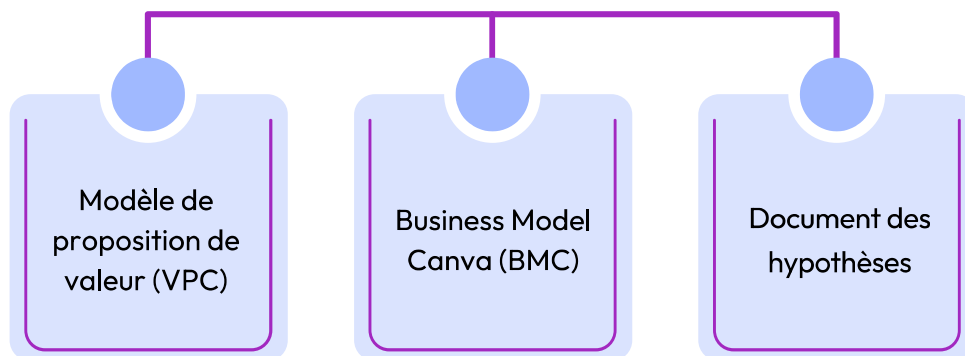
Ce livrable est à remettre le **10 octobre à 23H59**. Il consistera à définir les premières grandes lignes de votre entreprise. Pour que celle-ci soit viable, il est important que le produit que vous proposez apporte de la valeur à une clientèle spécifique. Nous vous demandons donc, en première partie, de développer la proposition de valeur de votre projet. Vous devez utiliser le modèle de proposition de valeur en annexe (document Excel), afin de vous aider à mieux définir cette proposition.

En première partie, le modèle de proposition de valeur (VPC) vous permettra de commencer votre Business Model Canvas (BMC). Ce modèle vous aidera à remplir les sections « proposition de valeur » et « segment de marché ». Nous vous demandons de faire évoluer votre idéologie de produit au cours de cet automne. C'est pourquoi nous désirons voir les itérations sur votre modèle d'entreprise à partir de ce livrable.

En deuxième partie, il sera nécessaire de produire une première version du BMC. Nous vous suggérons de vous concentrer sur les sections de la proposition de valeur, des segments de marché (qui devraient déjà être idéalisés par la partie 1 du livrable 2), de la structure de coûts et des sources de revenus. Les autres sections doivent avoir été développées brièvement (au moins un item par section).

En troisième partie, remplissez le document d'hypothèses. Vous devrez détailler chaque hypothèse que vous avez posée pour construire votre BMC. Il faut aussi détailler comment vous prévoyez confirmer ou infirmer ces hypothèses. (Par exemple, en contactant un spécialiste ou un client potentiel, en consultant des statistiques ou des données, etc.). Nous encourageons le format « bullet points » pour avoir des idées claires.

En résumé, nous vous demandons de fournir trois documents pour ce livrable :



2.1 GUIDE BMC

DESCRIPTION DES CASES DU BUSINESS MODEL CANVAS

SEGMENTS DE CLIENTÈLE

- Description : Identifiez les différents groupes de personnes ou d'organisations que votre entreprise vise à atteindre et à servir.
- Exemples : Clients individuels, entreprises, jeunes professionnels, parents, etc.

PROPOSITIONS DE VALEUR

- Description : Décrivez le bouquet de produits et de services qui créent de la valeur pour un segment de clientèle spécifique. C'est la raison pour laquelle les clients choisissent votre produit/service plutôt que ceux de la concurrence.
- Exemples : Solution innovante, personnalisation, design, prix, performance, etc.

CANAUX DE DISTRIBUTION

- Description : Expliquez comment votre entreprise communique avec ses clients et atteint ses segments de clientèle pour délivrer sa proposition de valeur.
- Exemples : Ventes directes, en ligne, partenariats, magasins physiques, etc.

RELATIONS AVEC LES CLIENTS

- Description : Définissez le type de relation que vous établissez avec des segments de clientèle spécifiques. Cette relation peut être personnelle, automatisée, etc.
- Exemples : Assistance personnelle, assistance automatisée, communautés, co-création, etc.

SOURCES DE REVENUS

- Description : Identifiez comment votre entreprise gagne de l'argent à partir de chaque segment de clientèle.
- Exemples : Vente de produits, frais d'abonnement, location/leasing, frais de licence, publicité, etc.

RESSOURCES CLÉS

- Description : Énumérez les actifs les plus importants requis pour que votre modèle économique fonctionne.
- Exemples : Ressources physiques (infrastructure), intellectuelles
 - (brevets, marques), humaines (équipe), financières (lignes de crédit), etc.

ACTIVITÉS CLÉS

- Description : Décrivez les activités les plus importantes que votre entreprise doit faire pour que son modèle économique fonctionne.
- Exemples : Production, résolution de problèmes, gestion de plateforme/réseau, etc.

PARTENARIATS CLÉS

- Description : Décrivez le réseau de fournisseurs et de partenaires qui rendent votre modèle économique possible.
- Exemples : Alliances stratégiques, joint ventures, relations fournisseur, etc.

STRUCTURE DES COÛTS

- Description : Identifiez tous les coûts pour faire fonctionner votre modèle économique.
- Exemples : Coûts fixes (salaires, loyers), coûts variables (matériaux, production), économies d'échelle, économies de champ, etc.



2.2 GUIDE VPC

DESCRIPTION DES CASES DU VALUE PROPOSITION CANVAS

TRAVAUX (JOBS)

- Description : Les tâches, problèmes ou besoins que vos clients cherchent à accomplir ou résoudre.
- Questions à poser :
 - Quels sont les principaux travaux que votre client essaie de réaliser ?
 - Quels problèmes cherchent-ils à résoudre ?
 - Quels besoins cherchent-ils à satisfaire ?

DOULEURS

- Description : Les difficultés, risques ou effets indésirables rencontrés par vos clients en réalisant leurs travaux.
- Questions à poser :
 - Quels obstacles empêchent votre client de réaliser ces travaux ?
 - Quels sont les principaux risques ou difficultés qu'ils rencontrent ?
 - Quelles sont les choses que vos clients trouvent coûteuses (temps, argent, effort) ?

GAINS

- Description : Les résultats, bénéfices ou aspirations que vos clients souhaitent obtenir.
- Questions à poser :
 - Quels sont les bénéfices que votre client souhaite obtenir ?
 - Qu'est-ce qui les rendrait heureux ?
 - Quels résultats ou avantages positifs recherchent-ils ?

PRODUITS ET SERVICES

- Description : La liste des produits et services que vous offrez qui aident vos clients à accomplir leurs travaux.
- Questions à poser :
 - Quels produits ou services proposez-vous ?
 - Quels sont les aspects les plus importants de ces produits ou services pour vos clients ?

SOULAGEMENTS DE DOULEURS

- Description : Comment vos produits et services soulagent ou éliminent les douleurs de vos clients.
- Questions à poser :
 - Comment vos produits/services aident-ils à éliminer ou réduire les obstacles et difficultés rencontrés par vos clients ?
 - Comment soulagent-ils les frustrations ou minimisent-ils les risques pour vos clients ?

CRÉATEURS DE GAINS

- Description : Comment vos produits et services créent des gains ou des bénéfices pour vos clients.
- Questions à poser :
 - Comment vos produits/services créent-ils des bénéfices ou des résultats positifs pour vos clients ?
 - Comment améliorent-ils les résultats ou rendent-ils vos clients heureux ?

À NOTER POUR LA CORRECTION

La grille de correction est disponible en Annexe B : Critères de correction et grilles d'évaluation. Elle contient les critères de correction pour vous guider dans l'évaluation du livrable.



LIVRABLE 3

1

2

3

4

5

6

MODÈLE D'AFFAIRES RÉVISÉ ET HYPOTHÈSE RÉPONDUE

Ce livrable est à remettre le **28 novembre 23H59**. Cette étape consiste à élaborer une version révisée et améliorée de votre modèle d'affaires. Vous devrez remplir à nouveau le Business Model Canvas (BMC) en y intégrant de manière plus exhaustive les informations collectées à partir des hypothèses émises lors du livrable 2. De plus, le modèle des hypothèses devra également être soumis à nouveau avec toutes les hypothèses émises et leurs réponses correspondantes.

Les sections à remplir dans la matrice restent les mêmes que pour le livrable 2, mais devront être abordées de manière plus approfondie. Le document d'hypothèses devra retracer l'historique de toutes les hypothèses émises, y compris leurs réponses et les méthodes utilisées pour y répondre. Enfin, il devra inclure toutes les nouvelles hypothèses émises à la suite des réponses obtenues.

La validation des hypothèses est une étape essentielle de votre démarche entrepreneuriale. Chaque hypothèse doit être appuyée par une méthode de validation concrète, et non par des suppositions. Pour y parvenir, vous devrez aller à la rencontre de votre clientèle cible ou des experts de votre domaine. Cela peut se faire par des cold calls, des courriels (reach out), des messages sur LinkedIn, des questionnaires, des entrevues ou des rencontres en personne. N'hésitez pas à parler à votre entourage de votre projet et attendez-vous à ce qu'environ 10-20% de vos messages/emails aient une réponse. Cela est complètement normal dans n'importe quel milieu de ventes. Durant 4 mois, un incubateur de validation demande qu'une startup rencontre plus de 50 personnes de l'industrie, donc visez haut.

Avant de communiquer avec des personnes, identifiez clairement qui vous devez consulter : clients potentiels, utilisateurs, experts, partenaires, fournisseurs ou entreprises du secteur. Ensuite, expliquez comment vous les avez trouvés et pourquoi ces personnes étaient pertinentes pour valider votre hypothèse. Plus votre démarche sera structurée et appuyée par des preuves (notes d'entrevue, statistiques, témoignages ou résultats de sondages), plus votre validation sera crédible.

En résumé, nous vous demandons de fournir deux documents pour ce livrable :

Business Model Canva (BMC) révisé

Document des hypothèses répondues

3.1 ATELIER DE COLLABORATION

L'atelier collaboratif se tiendra le **24 octobre de 10H à 15H**. Cette activité a pour objectif de permettre aux équipes de présenter leur entreprise et prototype, de valider leurs idées et leurs hypothèses, tout en recevant des rétroactions constructives de la part des autres participants en vue de la compétition. Pour plus de détails, consultez le cahier explicatif sur l'atelier de collaboration.

PREMIÈRE PARTIE : PITCH

DÉROULEMENT DE L'ATELIER

Chaque équipe devra réaliser un pitch (elevator pitch) **d'une durée de 1 à 2 minutes** afin de présenter son entreprise, la problématique à laquelle elle répond, la solution proposée ainsi que la valeur qu'elle apporte à sa clientèle cible. Les équipes présenteront ensuite leurs hypothèses les plus importantes afin de susciter les questions, commentaires et recommandations des autres participants. Cette portion de discussion et de rétroaction permettra aux équipes de mettre leurs idées à l'épreuve et d'identifier des pistes d'amélioration pour la suite du projet.

Un maximum de trois représentants par équipe peut participer à l'atelier. Un support visuel simple et concis est recommandé. Chaque équipe présente dans l'audience devra également fournir une rétroaction à toutes les équipes qui présentent à l'aide de la grille d'évaluation qui sera fournie.

Les rétroactions écrites et celles offertes lors de la période de questions seront compilées et transmises aux équipes peu de temps après l'évènement.



DEUXIEME PARTIE : PROTOTYPE

Comme nouveauté cette année, un deuxième atelier sera organisé offrant l'opportunité aux délégations de développer et tester leurs idées de prototypage. À la suite de la première partie (présentation du pitch), les équipes entameront un atelier pratique axé sur le développement de leur prototype.

DÉROULEMENT DE L'ATELIER

Afin d'encourager la collaboration et de croiser les perspectives, les équipes seront regroupées par ateliers de co-développement de 2 à 3 équipes. Ce format interactif vous permettra de présenter l'état de votre réflexion, de poser vos questions et de recevoir des rétroactions constructives de la part de vos pairs. C'est l'occasion idéale d'enrichir votre démarche grâce à des regards extérieurs et d'aider d'autres équipes à surmonter leurs propres défis techniques ou conceptuels.

L'atelier ne sera pas noté sur l'avancement de votre prototype, le but étant plutôt d'encourager le développement de celui-ci en vous allouant du temps pour avoir un produit plus fini rendu à la compétition.

IMPORTANT !

L'entièreté des points associés à cet atelier sont basés sur la participation (présentation et rétroaction). Nous n'évaluons PAS la performance de la présentation.

Suivant cet atelier, il est interdit de changer de concept sans l'approbation du CO de la compétition entrepreneuriale et/ou de reprendre une idée semblable à celle présentée par une autre équipe. Aucun plagiat ne sera toléré.

LIVRABLE 4

PLAN D'AFFAIRES

1

2

3

4

5

6

Le quatrième livrable est à remettre le **2 janvier à 18H00**. Ce livrable constitue la présentation complète de votre plan d'affaires. Que vous vous adressiez à des juges, à un investisseur ou à une institution financière, vous devez être en mesure de démontrer que votre entreprise est viable et que vous avez bien réfléchi aux coûts, aux étapes de développement et aux risques avant de demander un appui. Il s'agit également d'une excellente occasion de mettre en valeur l'image de marque de votre entreprise. La qualité de la présentation, la cohérence visuelle et le professionnalisme du document doivent refléter l'identité et les valeurs de votre organisation.

Commencez par présenter votre équipe et le rôle de chacun dans le succès de l'entreprise. Décrivez ensuite votre entreprise : sa mission, sa vision, ses valeurs et les ressources externes sur lesquelles vous comptez. Expliquez pourquoi votre projet a le potentiel de réussir, ainsi que les principaux défis à prévoir.

Enfin, présentez vos prévisions financières sur trois ans, afin de prouver que votre modèle d'affaires est réaliste et financièrement soutenable.

Ce document doit convaincre que :

- Votre solution répond à un besoin réel et pertinent.
- Votre modèle d'affaires est cohérent et bien structuré.
- Vous comprenez les coûts, les ressources nécessaires et les risques.
- Votre projet est prêt à passer à l'étape suivante.

IMPORTANT !

Au total, votre document devra avoir 5 pages maximum excluant les annexes et la présentation de l'équipe. Une pénalité de point sera appliquée par nombre de pages en extra après la page autorisée.

Le livrable 4 doit couvrir les points suivants :

1. PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE (∞ PAGES)

- Introduisez chaque membre de votre équipe avec une photo, le nom, prénom, et rôle au sein de l'équipe, accompagnés d'une brève description de leur expertise et contribution au projet.

2. DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE (2 PAGES)

- Présentez votre entreprise de manière claire et structurée :
 - Nom, logo, mission, vision
 - Objectifs à court et moyen terme
 - Valeurs fondamentales
 - Brève description de l'entreprise (secteur d'activité, produit ou service proposé)
- Mentionnez également les ressources externes sur lesquelles vous comptez vous appuyer, ainsi que les partenaires actuels ou envisagés (organismes, experts, fournisseurs, etc.).

3. PRODUIT (1 PAGE)

- Problématique : Résumez la problématique que votre produit ou service vise à résoudre, en détaillant les besoins et problèmes spécifiques du marché.
- Solutions existantes : Dressez un panorama des solutions actuelles sur le marché, en soulignant leurs limites que votre proposition cherche à surmonter.
- Votre produit : Expliquez en détails les caractéristiques uniques et les fonctionnalités de votre produit, en mettant en avant son caractère innovant et les avantages qu'il offre.
- Marché cible : Présentez la démographie et les caractéristiques du marché cible, incluant la taille du marché et les opportunités économiques qu'il représente.

4. RÉALISATION (1 PAGE)

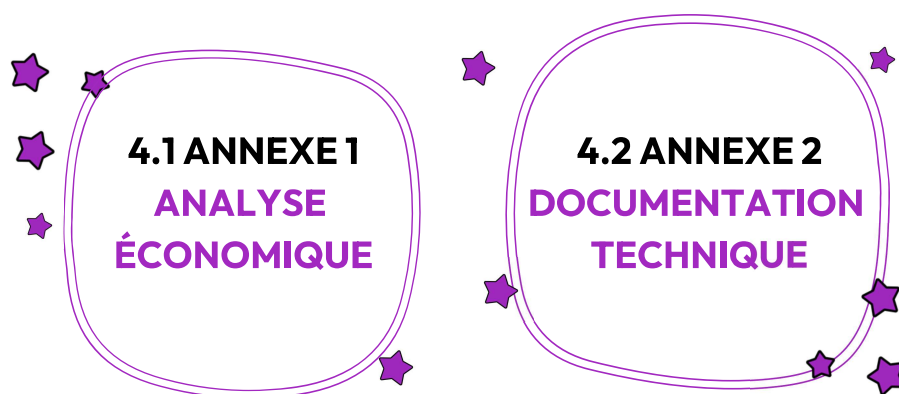
- Facteurs clés de succès et risques : Identifiez les facteurs clés pour le succès de votre entreprise à court et moyen terme, ainsi que les risques principaux.
- Développement et commercialisation : Décrivez les étapes clés pour le développement de votre produit, de la R&D à la commercialisation, y compris les éventuelles certifications nécessaires, et votre stratégie pour gagner des parts de marché.
- Finances : Résumez les coûts prévus pour les étapes de développement et les stratégies de financement envisagées.

5. ÉCOCONCEPTION (1/2 PAGE)

- Analyser les impacts environnementaux du produit ou du service tout au long de son cycle de vie. Expliquer les mesures mises en place pour les mitiger et vos engagements ciblés.

****La répartition du nombre de pages par section est à titre indicatif seulement****

Le livrable 4 doit contenir les annexes suivantes :



4.1 ANNEXE 1 : ANALYSE ÉCONOMIQUE

DESCRIPTION

Cette section vous permet de démontrer la viabilité financière de votre entreprise. Les chiffres n'ont pas besoin d'être exacts, mais votre équipe doit montrer une compréhension réaliste de ce que cela impliquerait de lancer, faire fonctionner et développer votre projet.

Nous recommandons l'utilisation d'un outil comme **Budgeto** pour générer des prévisions financières claires. Vous pouvez également utiliser Excel ou Google Sheets. L'objectif est de proposer un aperçu cohérent, simple et logique.

L'annexe 4.1 doit uniquement contenir des tableaux et des graphiques. Le résumé de vos données financières se trouve dans la section "4. Réalisation - Finances". Vous n'avez pas de limite de pages pour cette annexe, mais il est important de ne pas surcharger le lecteur avec des informations non pertinentes ou mal justifiées.

CONTENU

À l'annexe 1, faites une projection financière de votre entreprise pour les trois prochaines années (1er janvier 2027 au 31 décembre 2029).

Vous devez établir :

- Un prix de vente pour le produit
- Le seuil de rentabilité de l'entreprise basé sur les revenus attendus
 - Les coûts de production (fixes et variables).
 - Les coûts administratifs.
 - Les coûts de commercialisation.
 - Les coûts fixes, (incluant, mais ne se limitant pas) au matériel, à l'outillage, aux bâtiments, à l'énergie consommée (si applicable), etc.
 - Les coûts variables, qui regroupent les pièces (incluant le transport et la fabrication), la main-d'œuvre et tout autre élément concernant le produit.

Il ne faut pas négliger l'analyse du coût de vente quant au temps consommé par le personnel de vente, le coût d'implantation, les coûts de livraison, etc.

4.1.1 Coûts et financement

Examinez en détail les dépenses et les sources de financement de votre entreprise du 1er janvier 2027 au 31 décembre 2029. Votre rapport doit comprendre les éléments suivants :

- Coûts d'exploitation : Les dépenses courantes pour maintenir les activités (salaires, loyers, etc.).
- Coûts de production : Les dépenses liées à la fabrication de votre produit.
- Coûts de ventes : Les dépenses associées à la promotion et commercialisation.
- Coûts de développement : Capital investi dans la recherche et développement ainsi que l'amélioration de votre produit.
- Coûts administratifs : Les dépenses générales liées à la gestion et l'administration générale de votre entreprise.
- Sources de financement : Identifiez d'où proviennent les capitaux nécessaires pour le développement de votre entreprise (investisseurs, fondateurs, prêts et subventions, etc.).
- Structure de financement : déterminez la répartition du financement entre capitaux propres et dettes ainsi que les modalités de remboursement éventuelles.

4.1.2 État des résultats détaillé

L'état des résultats détaillé permet de présenter les revenus, les dépenses ainsi que les bénéfices ou les pertes de votre entreprise du 1er janvier 2027 au 31 décembre 2029.

Votre rapport doit comprendre les points suivants* :

- Revenus : Les sources de revenus de l'entreprise.
- Coûts des ventes : les dépenses directement liées à la production ou à la fourniture des produits ou services vendus.
- Frais d'exploitation : les dépenses générales et administratives de l'entreprise.
- Charges financières : les intérêts payés sur les dettes ou autres coûts financiers.
- Impôts sur les bénéfices : montant des impôts dus sur les bénéfices réalisés.
- Bénéfice ou perte nette : la différence entre les revenus et les dépenses, indiquant si la startup a réalisé un bénéfice ou subi une perte sur la période donnée.

Afin de réaliser l'analyse financière, nous suggérons **FORTEMENT** l'utilisation d'outils d'aide à l'analyse financière pour les petites entreprises, tels que **Budgeto**.

NOTE

Compte tenu du fait que votre entreprise soit dans un stade de démarrage, il est normal que certains montants doivent être estimés.



4.2 ANNEXE 2 : DOCUMENTATION TECHNIQUE

CONTENU

À l'annexe 2, mettez toute documentation technique pertinente au produit et indiquez clairement l'innovation technologique. Par exemple : modèle 3D, plan technique de fabrication, schéma électrique, architecture de fonctionnement, pseudo-code, etc. Il n'y a pas de limite de pages, **mais les paragraphes de textes ne sont pas permis.**

Voir Annexe C : Spécifications et réglementations.

À NOTER POUR LA CORRECTION

La grille de correction est disponible en Annexe B : Critères de correction et grilles d'évaluation. Elle contient les critères de correction pour vous guider dans l'évaluation du livrable.



LIVRABLE 5

PROTOTYPE

1

2

3

4

5

6

Le prototype sert à prouver concrètement aux juges que votre idée fonctionnerait et qu'elle est réalisable. Lors de la démonstration, vous devez montrer comment s'utiliserait votre produit et mettre en valeur ses fonctions clés.

Bien qu'il n'ait pas besoin d'être parfait ou d'avoir un design finalisé, votre prototype doit être capable de réaliser la fonction principale que vous avez promises.

Le prototype sera évalué lors du pitch préliminaire (4 janvier PM) à l'aide de la grille de correction B.5, remplie par les juges et le CO entrepreneuriat.

Voici un tableau résumant ses caractéristiques :

ASPECT	PROTOTYPE
But	Tester la faisabilité / l'usage
Coût/effort	Moyen à élevé
Moment d'utilisation	Idéation et précommercialisation
Risque testé	«Comment ça va fonctionner et à quoi ça va ressembler ?»

EXEMPLES

- **KONOS** : Un mini-bras assisté qui déplace un cône.
- **Icentia** : Un capteur temporaire collé sur la peau qui mesure le pouls.
- **Toyota** : Une petite voiture téléguidée qui détecte un obstacle.
- **Michelin** : Un boîtier connecté qui détecte les vibrations.



RÉGLEMENTATIONS

- Les prototypes doivent être **remis dès l'arrivée aux Jeux de Génie**. Des modifications au prototype seront permises durant les périodes de travail, mais aucun outil de taille considérable ne sera autorisé dans les salles (consulter le CO si vous avez un doute).
- Une vidéo **ne peut pas remplacer** le prototype, même si celui-ci est trop volumineux. Elle peut, en revanche, servir d'accessoire d'appoint pour votre présentation.
- Les **dimensions maximales** du prototype sont de **1,5 m X 1,5 m X 0,80 m**. Une dérogation peut être émise, mais il faudra s'assurer que le prototype puisse passer dans un cadre de porte et être déplacé à l'aide d'un ascenseur. Les équipes sont responsables d'être en mesure de déplacer leur prototype. Aucun matériel ne sera fourni à cet effet.
- Un prototype à l'échelle peut être présenté.



LIVRABLE 6

AUTRES LIVRABLES

1

2

3

4

5

6

Les éléments suivants devront également être complétés lors de la remise du **livrable 4**.

6.1 FEUILLET INFORMATIF (ONE PAGER)

Afin d'aider l'auditoire lors de la présentation, chaque équipe devra imprimer un feuillet en format lettre (recto seulement) et le remettre aux juges (prévoir au minimum 15 feuillets). Ce feuillet résume l'ensemble de votre projet et sera principalement utilisé lors des délibérations.

Veuillez noter que le feuillet et son contenu ne seront pas directement évalués, **mais que l'absence de celui-ci sera pénalisée**. De plus, seul ce feuillet peut être remis aux juges. Toute autre forme de documentation est strictement prohibée. Le visuel du feuillet devrait également **refléter votre image de marque** (voir 6.2).

6.2 IMAGE DE MARQUE

De retour pour une deuxième année, l'évaluation de l'image de marque récompense la force et la **cohérence de votre identité visuelle**. Du choix des couleurs au design du logo, tout ce qui contribue à rendre votre projet **mémorable et professionnel** sera analysé directement à travers votre plan d'affaires et votre feuillet informatif.

Il n'y aura **pas de grille de correction fixe** pour ces points. Ce sont des consommateurs qui vous évalueront et qui classeront les équipes, les points seront ensuite attribués en fonction de ce classement.

ASTUCE

Pensez aussi au **marketing pour attirer votre public cible**, tout en prenant compte de quelles plateformes vous serez réellement utile pour entrer en contact avec vos parties prenantes. Réseaux sociaux, LinkedIn ou site web, vous avez le champ libre pour faire connaître votre projet en **choisissant les moyens appropriés**.

PRÉSENTATION PRÉLIMINAIRE

4 JANVIER 2027

La présentation prendra la forme d'un pitch de vente devant un jury, avec une durée maximale de 5 minutes. Une période supplémentaire de 3 minutes sera accordée pour une démonstration du prototype. Après la présentation, une séance de questions-réponses aura lieu avec les membres du jury.

Ce pitch se déroulera à huis clos et sera présenté exclusivement devant les membres du jury. Aucun autre public, spectateur ou participant ne sera admis dans la salle durant les présentations.

L'objectif du pitch est de convaincre un jury d'experts du potentiel du produit, de la pertinence de la solution proposée et de la viabilité de l'entreprise sur le marché.

Voici un format générique proposé pour la présentation. Chaque équipe est libre de faire preuve de créativité en l'adaptant à son entreprise :

1. PROBLÉMATIQUE

Présentez l'industrie et la problématique choisie. Mettez le jury en contexte en décrivant les défis spécifiques que votre entreprise cherche à résoudre.

- **Astuce** : Utilisez des statistiques pertinentes et des anecdotes concrètes pour illustrer l'ampleur du problème.

2. SOLUTION

Présentez votre produit et expliquez comment il résout la problématique. C'est l'occasion idéale pour une démonstration du prototype. Incluez un support audiovisuel montrant le produit en fonctionnement pour renforcer l'impact visuel de votre solution.

- **Astuce** : Mettez l'accent sur l'innovation et les avantages uniques de votre solution par rapport aux alternatives existantes.

3. MARCHÉ

Décrivez votre clientèle cible en détail. Utilisez les résultats de vos tests de marché pour montrer que vous avez une compréhension approfondie du marché.

- **Astuce** : Mentionnez la taille du marché, les segments spécifiques que vous ciblez et les opportunités économiques qu'il représente.

4. PLAN D'AFFAIRES

Présentez les éléments essentiels de votre plan d'affaires pour démontrer la viabilité et la résilience de votre entreprise face aux risques. Incluez des aspects financiers clés tels que le seuil de rentabilité, le coût de production, le prix de vente et la marge de profit.

- **Astuce** : Utilisez des graphiques et des tableaux pour illustrer vos projections financières et rendre vos arguments plus convaincants.

5. PRÉSENTATION DU PROTOTYPE (3 MIN)

C'est enfin le moment de présenter votre prototype ! Cette section est prévue à la fin de votre présentation afin de réaliser une démonstration. Présentez le fonctionnement de votre prototype, son aspect innovant, puis expliquez les principales étapes qu'il vous reste à franchir avant d'obtenir un produit prêt à être commercialisé. N'hésitez pas également à présenter ses principaux points forts ainsi que ses limites actuelles.



PRÉSENTATION FINALE

6 JANVIER 2027

Dans l'esprit de faire rayonner l'ensemble des équipes entrepreneuriales, toutes les équipes auront l'opportunité de présenter de nouveau devant les délégations et un nouveau panel de juges. Cette présentation durera **au maximum 3 à 5 minutes**, suivie d'une période de questions posées par les juges. La présentation sera coupée une fois le temps maximum est dépassé, même si elle n'est pas finie.

Il sera permis d'apporter les prototypes sur scène lors de la finale. Toutefois, le CO ne prendra pas en charge leur transport et aucun temps supplémentaire ne sera accordé pour leur installation sur scène.

IMPORTANT !

Après 4 mois de développement, l'objectif du pitch est de convaincre un jury d'experts du potentiel du produit et de la viabilité de l'entreprise sur le marché.



RECOMMANDATIONS DE PITCH

Mettez vos personnalités de l'avant.

Présentez brièvement les membres de votre équipe, en soulignant leurs compétences et leur expérience pertinente. Laissez vos personnalités paraître et n'hésitez pas à incorporer de l'humour, des changements de rythme et de ton. À des compétitions de ce type, les juges cherchent d'abord et avant tout des personnalités intéressantes.

ASTUCE : Montrez que vous avez une équipe solide et complémentaire capable de mener votre projet à bien. Mettez-vous à la place d'un investisseur pour cela.

Soyez concis et percutants.

Limitez votre présentation aux points essentiels et évitez les détails superflus. Chaque mot doit avoir un impact. Considérant que les juges ne sont habituellement pas des experts dans votre domaine, les détails techniques peuvent souvent être conservés pour des questions.

ASTUCE : Pratiquez votre pitch plusieurs fois pour vous assurer que vous respectez le temps imparti tout en étant convaincant.

Racontez une histoire.

Commencez par une histoire ou une anecdote qui capte l'attention du jury et qui illustre le problème que vous résolvez.

ASTUCE : Une narration engageante peut rendre votre présentation mémorable et aider à établir une connexion émotionnelle avec le jury.

Soyez prêts pour les questions.

Anticipez les questions que les juges pourraient poser et préparez des réponses claires et précises.

ASTUCE : Pratiquez des séances de questions-réponses avec des mentors ou des collègues pour affiner vos réponses.

GRILLE DES REMISES ET PONDÉRATIONS

Le tableau résumé ci-bas présente le pourcentage de points accordés pour chaque livrable et étape de la compétition. Tous les critères d'évaluation sont présentés dans [l'Annexe B : Critères de correction et grilles d'évaluation](#).

LIVRABLES	POINTAGE (%)	DATE DE REMISE
Livrable 1 : Problématique	5	19 septembre à 23h59
Livrable 2 : Modèle d'affaires	7	10 octobre à 23h59
Livrable 3 : Hypothèses	10	28 novembre à 23h59
Atelier de collaboration	5	24 octobre à 10h00
Livrable 4 : Plan d'affaires	12	2 janvier 18h00
Livrable 5 : Prototype	16	4 janvier (PM)
Livrable 6.1 : Feuillelet Informatif	-	2 janvier 18h00
Livrable 6.2 : Image de marque	2	2 janvier 18h00
Présentation préliminaire	16	4 janvier (PM)
Présentation finale	25	6 janvier (AM)
Impact Environnemental	2	2 janvier 18h00



QUESTIONS ET COMITÉ ORGANISATEUR

Pour toute question ou tout commentaire concernant le défi, vous pouvez rejoindre l'équipe Entrepreneuriale.



Eve Marie Routhier
Vice-Présidente Entrepreneuriat
emrouthier@jeuxdegenie.qc.ca



Louis Bélanger Sansoucy
Adjoint Entrepreneuriat
lbelanger-sansoucy@jeuxdegenie.qc.ca



Jean-Félix Caron
Directeur Entrepreneuriat
entrepreneuriat@jeuxdegenie.qc.ca



Jeanne Desmeules
Directrice Entrepreneuriat
entrepreneuriat@jeuxdegenie.qc.ca



ANNEXE A - GABARITS

A.1 MODÈLE DE REMISE - LIVRABLE 1

Voir le Excel “template de livrables”.

PROBLÉMATIQUE

PROPOSITION DE VALEUR

PARTIES PRENANTES

SOLUTIONS EXISTANTES

SOLUTIONS POTENTIELLES

OBSTACLES

OPPORTUNITÉS

A.2 MODÈLE DE REMISE - LIVRABLE 2

Voir le Excel "template de livrables" .



CANEVAS DU MODÈLE D'AFFAIRE

VERSION :

Partenaires Clés	Activités Clés ☒	Proposition de Valeur	Relations Clients	Segment de Clientèle
	Ressources Clés		Canaux	
Structure des Coûts	Sources de Revenus			

A.2 MODÈLE DE REMISE - LIVRABLE 2
Voir le Excel "template de livrables".



VERSION :

CANEVAS DE PROPOSITION DE VALEUR

CARTE DE VALEUR			PROFIL DU CLIENT		
CRÉATEURS DE GAINS	PRODUITS ET SERVICES	SOULAGEMENT DE DOULEURS	GAINS	TRAVAUX CLIENT	DOULEURS

ANNEXE B : CRITÈRES DE CORRECTION ET GRILLE D'ÉVALUATION

En intégrant les critères suivants dans votre compétition, vous assurez une évaluation complète et équitable des projets soumis, en mettant l'accent sur les aspects essentiels de la création et de la gestion d'une entreprise innovante.

C1- Désirabilité

La solution répond au besoin du marché et se démarque de la compétition.

Ce critère évalue dans quelle mesure l'entreprise et son produit/service se démarquent de la concurrence en offrant une proposition de valeur unique et innovante qui répond aux besoins et désirs du marché. Il prend en compte l'attrait et l'utilité de l'offre, ainsi que la pertinence de la solution proposée pour résoudre la problématique. L'équipe doit démontrer une compréhension approfondie des avantages concurrentiels de son offre et de la manière dont elle se distingue des solutions existantes sur le marché. Elle doit également montrer comment leur proposition de valeur répond aux besoins et désirs du marché cible.

Points clés à évaluer :

- Originalité et innovation de la proposition de valeur
- Compréhension des besoins et désirs du marché cible
- Analyse des avantages concurrentiels
- Pertinence de la solution proposée

C2 - Faisabilité

L'entreprise est en mesure de réaliser la solution proposée dans un délai réaliste.

Ce critère évalue la capacité de l'entreprise à mettre en œuvre la solution proposée en matière de technologie, de ressources et de temps. L'équipe doit démontrer une compréhension approfondie des défis techniques et logistiques associés à la mise en place de sa solution, ainsi que des compétences nécessaires pour surmonter ces défis. Elle doit également prouver que sa solution est réalisable sur le plan économique et technique et qu'elle peut être mise en œuvre dans les délais impartis.

Points clés à évaluer :

- Viabilité technique du produit/service
- Disponibilité et gestion des ressources nécessaires
- Réalisme du calendrier de mise en œuvre
- Compétences de l'équipe pour surmonter les défis

C3 – Viabilité

Le modèle d'affaires est rentable à long terme et engendre un impact positif.

Ce critère évalue la viabilité de l'entreprise et de son modèle économique, ainsi que les retombées engendrées. L'équipe doit démontrer une compréhension claire des coûts et des revenus associés à son modèle d'affaires, et de sa capacité à maintenir une croissance durable à long terme. Elle doit également montrer comment son entreprise peut avoir un impact positif sur la société ou l'environnement à travers son produit/service, son modèle d'affaires ou ses pratiques opérationnelles. L'équipe devra expliquer en quoi son impact social ou environnemental est significatif et durable, ainsi que la manière dont il s'intègre dans son modèle économique.

Points clés à évaluer :

- Rentabilité et durabilité du modèle d'affaires
- Clarté et réalisme des projections financières
- Impact social ou environnemental positif
- Intégration de l'impact dans le modèle économique

C4 – Professionnalisme

L'équipe entrepreneuriale agit de façon professionnelle.

Ce critère évalue le niveau de professionnalisme dont l'équipe fait preuve tout au long de la compétition. Il englobe plusieurs aspects tels que le respect des critères établis, la qualité des documents soumis et la manière dont ils reflètent le travail réalisé ainsi que l'esprit entrepreneurial de l'équipe. L'équipe doit démontrer un souci du détail et de l'organisation en fournissant des documents clairs, cohérents et bien structurés. De plus, elle doit montrer sa compréhension des exigences de la compétition en respectant les délais et les directives données. Les documents et les présentations doivent refléter le professionnalisme de l'équipe, en mettant en évidence le travail effectué, les résultats obtenus et la vision entrepreneuriale derrière le projet.

Points clés à évaluer :

- Qualité et structure des documents soumis
- Respect des délais et des directives
- Présentation claire et cohérente du projet
- Niveau d'organisation et de détail

B1. GRILLE DE CORRECTION

LIVRABLE 1

GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 1

C1 : Désirabilité	Opportunité de la problématique	L'équipe a démontré l'importance de la problématique choisie en mettant en évidence les solutions actuelles et son potentiel d'impacts significatifs. L'équipe identifie clairement les parties prenantes.	/20
	Définition de la problématique	L'équipe a présenté une définition claire et précise de la problématique qui permet une compréhension de son ampleur et ses enjeux. La problématique correspond au thème.	/25
	Cohérence de la proposition	L'équipe a proposé une vision d'ensemble convaincante, démontrant une proposition de valeur qui va au-delà des solutions existantes.	/20
C2: Faisabilité	Innovation	L'équipe amène une problématique ainsi que des pistes de solutions réalistes, tout en démontrant des éléments novateurs. L'équipe dépasse les approches conventionnelles pour résoudre la problématique.	/20
C4: Professionnalisme	Qualité du document présenté	Le document présenté est propre, concis et exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Il respecte les consignes fournies, en plus de refléter un travail complet et de qualité.	/15

B2. GRILLE DE CORRECTION

LIVRABLE 2

GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 2

C1 : Désirabilité	Désirabilité du modèle d'affaires	L'équipe a identifié de manière précise le segment de clientèle cible ainsi que les acteurs indirects. Elle a également défini les canaux de vente, de communication et de mise en relation avec la clientèle. La proposition de valeur du modèle d'affaires est claire et convaincante, offrant une réelle valeur ajoutée. Les éléments présentés sont cohérents entre eux et avec le reste du modèle d'affaires.	/18
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses identifiées par l'équipe sont précises, cohérentes avec le modèle d'affaires et permettent de recueillir des informations pertinentes.	/10
C2: Faisabilité	Faisabilité du modèle d'affaires	L'équipe a bien identifié les différents partenaires, ressources et activités-clés nécessaires à la réalisation du modèle d'affaires. L'innovation d'ingénierie proposée répond de manière adéquate aux besoins et problématiques identifiés, apportant une réelle valeur ajoutée. Les éléments présentés sont cohérents entre eux et avec le reste du modèle d'affaires.	/17
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses identifiées par l'équipe sont précises, cohérentes avec le modèle d'affaires, et permettent de recueillir des informations pertinentes.	/10
C3: Viabilité	Viabilité du modèle d'affaires	La structure des revenus et des dépenses est réaliste et démontre une viabilité à long terme. Les recherches démontrent que l'entreprise pourra perdurer dans ses activités à long terme. Toutes les cases du BMC sont remplies.	/20
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses identifiées par l'équipe sont précises, cohérentes avec le modèle d'affaires, et permettent de recueillir des informations pertinentes.	/10
C4: Professionnalisme	Qualité du document présenté	Le document présenté est propre, concis et exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Il respecte les consignes fournies, en plus de refléter un travail complet et de qualité.	/15

B3. GRILLE DE CORRECTION

LIVRABLE 3

GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 3			
C1 : Désirabilité	Désirabilité du modèle d'affaires	L'équipe a identifié de manière précise le segment de clientèle cible ainsi que les acteurs indirects, en plus de définir les canaux de vente, de communication et de mise en relation avec la clientèle. La proposition de valeur du modèle d'affaires est claire et convaincante, offrant une réelle valeur ajoutée. Les éléments présentés sont cohérents entre eux et avec le reste du modèle d'affaires.	/12
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses ont été vérifiées et permettent de remplir la matrice du modèle d'affaires avec des informations pertinentes et exactes. Le processus de validation est bien démontré et montre le parcours itératif de l'équipe.	/16
C2: Faisabilité	Faisabilité du modèle d'affaires	L'équipe a bien identifié les différents partenaires, ressources et activités-clés nécessaires à la réalisation du modèle d'affaires. L'innovation d'ingénierie proposée répond de manière adéquate aux besoins et problématiques identifiés, apportant une réelle valeur ajoutée. Les éléments présentés sont cohérents entre eux et avec le reste du modèle d'affaires.	/12
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses ont été vérifiées et permettent de remplir la matrice du modèle d'affaires avec des informations pertinentes et exactes. Le processus de validation est bien démontré et montre le parcours itératif de l'équipe.	/16
C3: Viabilité	Viabilité du modèle d'affaires	La structure des revenus et des dépenses est réaliste et démontre une viabilité à long terme. Les recherches démontrent que l'entreprise pourra perdurer dans ses activités à long terme. Toutes les cases du BMC sont remplies.	/12
	Cohérence des hypothèses	Les hypothèses ont été vérifiées et permettent de remplir la matrice du modèle d'affaires avec des informations pertinentes et exactes. Le processus de validation est bien démontré et montre le parcours itératif de l'équipe.	/17
C4: Professionnalisme	Qualité du document présenté	Le document présenté est propre, concis et exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Il respecte les consignes fournies, en plus de refléter un travail complet et de qualité.	/15

B4. GRILLE DE CORRECTION

LIVRABLE 4

GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 4			
C1 : Désirabilité	Description du marché	L'équipe a clairement identifié sa clientèle cible, le potentiel d'innovation sur le marché et a réussi à démontrer le potentiel économique du projet.	/15
	Solutions existantes	Toutes les solutions préexistantes sont identifiées ; les avantages et inconvénients sont mis en avant. L'équipe démontre sa connaissance de l'état actuel du marché et met en évidence la proposition de valeur du projet.	/5
	Développement et commercialisation du produit	L'équipe présente un plan d'action clair et bien structuré dans le temps, ce qui permet d'agrandir son marché et d'établir une relation avec la clientèle à travers différents canaux. Les prochaines activités-clés sont mises en évidence et témoignent clairement d'une vision cohérente de l'équipe pour développer et faire évoluer son entreprise.	/10
C2: Faisabilité	Description du produit/service	Le projet repose sur un produit d'ingénierie qui se démarque de la compétition actuelle en raison de son caractère innovant. La description du produit et de son utilisation est claire et toute la documentation technique pertinente est jointe en annexe.	/15
	Facteurs de succès/risque	Les facteurs de réussite et d'échec sont clairs et leurs impacts sont bien identifiés.	/10
C3: Viabilité	Analyse économique et sommaire des coûts	L'analyse économique est complète et réaliste. Elle démontre la viabilité de l'entreprise. Les projections financières à moyen terme ainsi que l'état des résultats sont complets.	/15
	Thématique et contraintes	Le projet respecte sans aucun doute la thématique de la compétition. La solution doit aussi respecter les contraintes définies. (voir page sur le thème)	/10
	Problématique et besoin	L'équipe décrit de façon claire et précise la problématique ou le besoin auquel le projet répond.	/5
C4: Professionnalisme	Qualité du document présenté	Le document présenté est propre, concis et exempt de fautes d'orthographe, de grammaire et de syntaxe. Il respecte les consignes fournies, en plus de refléter un travail complet et de qualité. La présentation de l'entreprise et de l'équipe est complète.	/15

B5. GRILLE DE CORRECTION

LIVRABLE 5

GRILLE DE CORRECTION - LIVRABLE 5			
C1 : Désirabilité	Innovation et différenciation	L'équipe démontre clairement le caractère innovant et la valeur unique de son offre.	/15
	Réponse au besoin	L'équipe démontre de façon claire et précise sa proposition de valeur et que le prototype répond directement à ce besoin.	/20
C2: Faisabilité	Prototype et viabilité technique	Le prototype est fonctionnel et démontre la faisabilité technique de la solution. La description du produit, son mode d'utilisation et ses fonctionnalités clés sont explicites.	/30
	Réalisme et exécution	L'équipe est capable d'évaluer la maturité de leur innovation et présente les actions à effectuer afin d'arriver à un produit commercialisable.	/15
C4: Professionnalisme	Présentation et rigueur	L'équipe offre une présentation claire, dynamique et cohérente. Elle fait preuve d'une excellente organisation et reflète un travail complet et de qualité.	/20

ANNEXE C - SPÉCIFICATIONS ET RÉGLEMENTATIONS

D.1 Remise des livrables en retard

- Toute remise de livrable en retard (sauf le livrable 4) entraînera une pénalité de 10 % par jour (24h) de retard.
- Livrable 4 : Chaque page supplémentaire pour le livrable 4 entraînera une pénalité de 20 %. Toute remise du livrable 4 en retard (24h) entraînera une pénalité de 40 % par jour de retard.

D.2 Projets préexistants

- Un projet issu de la continuité d'un projet pré-existant (incluant un groupe technique, un projet de recherche, etc.) sera **DISQUALIFIÉ** de la compétition (et donc du podium). Le comité organisateur se réserve le droit de faire usage de cette règle à n'importe quel moment dans la compétition.

D.3 Soumission des livrables

- Toute remise de livrable doit être effectuée via le Teams réservé pour votre université.

D.4 Questions et clarifications

- Toute question concernant les livrables ou les règlements doit être posée via le canal Teams réservé pour votre université. Les réponses aux questions générales que le comité organisateur juge pertinentes seront communiquées par le canal général.

D.5 Modifications des règlements

- Le comité organisateur se réserve le droit d'adapter certaines sections du présent cahier tout au long de la compétition. De telles modifications seront annoncées aux VPs Entrepreneuriat de chaque délégation et seront toujours effectuées dans l'optique de conserver une compétition saine et de qualité supérieure.